

(様式1-2) 情報発信等戦略 000 福島県

情報発信等戦略の期間

令和3年度～令和7年度まで

情報発信等戦略

(1) 情報発信の内容

東日本大震災から10年が経過したものの、依然として根強い風評被害が残る中、ALPS処理水の処分方針決定により、新たな風評が発生し、農林水産物の価格や観光誘客の回復の遅れなどの更なる影響を懸念する声が高まっている。
このため、下記のコンセプトの下、風評払拭に向けた取組の更なる強化を図る。

- ①ターゲットを意識した伝わる発信
- ②農林水産・観光業等の生産・事業基盤の強化に向けた対策の更なる推進
- ③共感と共創の輪を広げる取組強化・人材育成

(2) 福島県の情報発信体制

①ターゲットを意識した伝わる発信

総務部	広報課	チャレンジふくしま戦略的情報発信事業
企画調整部	風評・風化戦略室	東京駅前常盤橋ふくしま情報発信事業
観光交流局	県産品振興戦略課	県産品風評対策事業
農林水産部	水田畑作課	ふくしま米生産情報発信事業

②農林水産・観光業等の生産・事業基盤の強化に向けた対策の更なる推進

生活環境部	自然保護課	自然公園の魅力を活かした風評払拭強化事業
観光交流局	観光交流課	ふくしま浜通りブルー・ツーリズム推進事業
農林水産部	農業担い手課	被災地農業再生促進事業
農林水産部	農産物流通課	「ふくしまプライド。」海外販路回復・拡大事業
農林水産部	水産課	ふくしまの漁業の魅力体感・発信事業

③共感と共創の輪を広げる取組強化・人材育成

観光交流局	観光交流課	東アジア誘客促進に向けた風評払拭キャンペーン
農林水産部	園芸課	ふくしまの園芸農業の魅力発信事業
教育庁	高校教育課	震災と復興を未来へつむぐ高校生語り部事業

(3) 情報発信等の戦略目標

① ターゲットを意識した伝わる発信

- 福島県の風評払拭に向けた取組を県庁内で一元化するなど、効果的な情報発信体制を確立する。
- 主に首都圏の人々に、福島県の魅力や正確な情報等を発信する。

② 農林水産・観光業等の生産・事業基盤の強化に向けた対策の更なる推進

- 福島県の漁業や農業などの魅力等を発信し、福島県産品の購買意欲の向上、被災地の農業への企業参入等を促進する。
- 海外の飲食店や量販店において、福島県産品の魅力や安全性をPRする取組を行うことで、輸入規制緩和等を目指す。

③ 共感と共創の輪を広げる取組強化・人材育成

- 国内外の人々との交流を通じて、震災や福島県の魅力について学ぶ機会をつくとともに、農林水産・観光業等を担う人材の確保を図る。
- 根強い風評が残る外国のインフルエンサーを招請し、本県の魅力や安心・安全の理解醸成を図る。

(4) 全体工程表

別紙のとおり

※ 令和3年8月13日時点の計画であり、令和4年度以降の計画については、事業の進捗等に応じて変更する場合がある。

